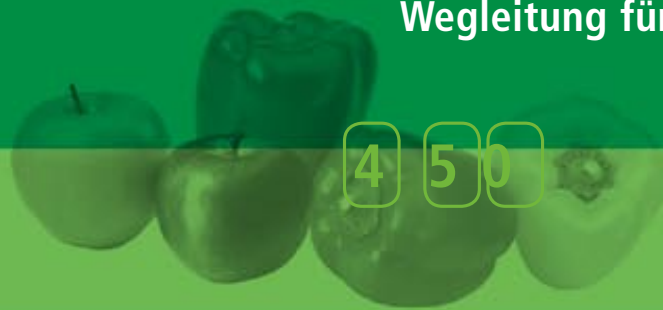




Preisbekanntgabeverordnung

Wegleitung für die Praxis

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra



4 50

PBV



???

Bluse CHF 80.-



statt

!!!



i



45.10

%



Inhalt

Inhaltsverzeichnis

	Seite	PBV-Artikel
Warum braucht es eine Preisbekanntgabeverordnung und wo gilt sie?	3	Art. 1–2
Preisanschrift für Waren	4	Art. 3–9
Was gilt für Konsumkredit-, Leasing- und Miet-Kaufgeschäfte?	7	Art. 3–4
Preisangabe für Dienstleistungen	8	Art. 10–12
Werbung	14	Art. 13–15
Was gilt für Vergleichspreise (doppelte Preise) und Preisreduktionen?	18	Art. 16–18
Verantwortlichkeit, Sanktionen und Überwachung	24	Art. 20–23
Auskunft über die Preisbekanntgabeverordnung	25	
Informationsblätter des SECO	26	

In der Wegleitung verwendete Abkürzungen und Begriffe

PBV

Verordnung vom 11. Dezember 1978 über die Bekanntgabe von Preisen (Preisbekanntgabeverordnung; SR 942.211)

MWST

Mehrwertsteuer

VEB

Vorgezogene Entsorgungsbeiträge = zum Voraus zu bezahlende Entschädigung für die Entsorgung verschiedener Waren wie elektrische und elektronische Geräte, Automobile usw.

Angebot zum Kauf

Alle Rechtsgeschäfte mit wirtschaftlich gleichen oder ähnlichen Wirkungen wie der Kauf, z. B. die Konsumkredit-, Mietkauf-, Leasingverträge, Eintauschaktionen verbunden mit einem Kauf.

Konsumenten

Konsumenten sind Personen, die Waren oder Dienstleistungen für Zwecke kaufen, die nicht im Zusammenhang mit ihrer gewerblichen oder beruflichen Tätigkeit stehen.

Abkürzungen für Schweizer Franken

Fr., CHF, SFr., Sfr.

Alle in dieser Broschüre dargestellten Anwendungen, inklusive Namen, sind fiktiver Herkunft.

Warum braucht es eine PBV und wo gilt sie?

Die PBV hat drei Ziele

- Preisklarheit
- Vergleichbarkeit der Preise
- Verhinderung irreführender Preisangaben

Auf welchen Gesetzen basiert die PBV

Die PBV stützt sich auf das Bundesgesetz vom 19.12.1986 gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG, Art. 16–20 und Art. 24; SR 241), das Fernmeldegesetz vom 30.4.1997 (Art. 12b; SR 784.10) sowie auf das Bundesgesetz vom 9.6.1977 über das Messwesen (Art. 11; SR 941.20).

Die PVB gilt für

Das Angebot von Waren zum Kauf an Konsumenten

z. B. im Laden, im Schaufenster, am Messe- oder Marktstand, am Kiosk, im Internet

Das Angebot diverser Dienstleistungen an Konsumenten

z. B. beim Coiffeur, im Restaurant, in der Chemischreinigung, im Reisebüro, in der Bank, beim Zahnarzt

Die Werbung mit Preisangaben und Preisreduktionen für sämtliche Waren und Dienstleistungen

z. B. in Zeitungen, Prospekten, Werbe-Katalogen, im Fernsehen, im Radio, auf Plakaten, Werbebannern, Internetfrontseiten, in E-Mails



Preisanschrift für Waren

Im Laden, in Schaufenstern, an Messe- oder Marktständen, am Kiosk, im Internet.

Welcher Preis ist anzugeben?

- Der tatsächlich zu bezahlende Preis in Schweizerfranken, inkl. öffentliche Abgaben (wie die MWST, Bier- und Tabaksteuer, Benzinabgaben) und vorgezogene Entsorgungsbeiträge = Detailpreis
- Für messbare Waren ist der Grundpreis anzugeben: Preis je kg, l, m, m², m³ usw. z. B. Fr. 5.–/kg, Fr. –.50/100g oder Fr. 5.–/m
- Für messbare vorverpackte Waren gilt folgendes: Angabe von Detail- und Grundpreis (z. B. Birchermüsli 300g Fr. 4.50, 100g Fr. 1.50)

Es gibt Ausnahmen, bei denen der Grundpreis nicht angegeben werden muss, z. B. beim Verkauf per Stück, für gängige Gewichte, Volumen, Masse wie 1,2 oder 5 kg, l, m, m², m³, für Behälter mit einem Nenninhalt von 25, 35, 37.5, 70, 75 und 150 cl.



Wo müssen die Preise angegeben werden?

Die Preisanschrift muss grundsätzlich am Produkt selbst oder unmittelbar daneben platziert werden.

Ausnahmen

Die Preisanschrift am Regal, der Anschlag von Preislisten oder die Auflage von Katalogen ist möglich, wenn die direkte Preisanschrift wegen der Vielzahl preisgleicher Waren oder aus technischen Gründen nicht zweckmässig ist. Diese Art der Preisbekanntgabe ist auch zulässig für gewisse Luxusgegenstände wie Uhren, Schmuck oder Kunstgegenstände, wenn deren Preis 5000 Franken übersteigt.





Wie müssen die Preise angeschrieben werden?

- Leicht sichtbar
- Gut lesbar
- Es muss klar sein, auf welches Produkt, auf wie viele Stücke, Liter, Meter usw. sich der Detailpreis bezieht

Preisanschrift im Schaufenster

- Angabe des Detailpreises; bei offen verkaufter Ware Angabe des Grundpreises
- Alle Preise müssen von aussen gut lesbar sein



Was gilt für Konsumkredit-, Leasing- und Miet-Kauf-Geschäfte?

- Für die Preisanschrift gelten die gleichen Bedingungen wie bei Waren
- Die Art des Rechtsgeschäfts ist klar anzugeben

Übersicht über die notwendigen Angaben für die verschiedenen Arten von kaufähnlichen Rechtsgeschäften (RGes.)

Art RGes Was ist anzugeben	Konsumkredit-/ Miet-Kaufgeschäft	Autoleasing	Miete
Rate pro Monat	■	■	■
Laufzeit/Anzahl Raten	■	■	■
Barzahlungspreis	■	■	
Gesamtkaufpreis*	■		
Effektiver Jahreszins	■	■	
Fahrleistung in km/Jahr		■	
Angabe Kautions		■	
Angabe, ob inkl. oder exkl. Vollkaskoversicherung		■	

* Preis, der im Rahmen des Kreditvertrages zu bezahlen ist

Beispiel einer korrekten Werbung für Auto-Leasing

Leasen Sie Ihr neues Hybrid-Auto!

- Marke Rapido, Modell Futura
- Typ 1.5 VVT-i Hybrid
- 82 kw/98 PS
- Hubraum: 1497 cm³
- Drei Türen
- Zu nur 3,5% effektivem Jahreszins!



Barzahlungspreis **CHF 20000.-**, **monatliche Leasinggebühr CHF 250.-**, **Laufzeit 36 Monate**, max. Fahrleistung pro 12000 km/Jahr. Vollkasko nicht inbegriffen. Die Kautions beträgt 10% des Barzahlungspreises und wird nach Vertragsablauf zurückerstattet. Keine Leasingvergabe, falls sie zur Überschuldung des Konsumenten führt.

Preisangabe für Dienstleistungen

Folgende Dienstleistungsbereiche fallen unter die PBV:

- Coiffeurgewerbe
- Garagegewerbe für Serviceleistungen
- Gastgewerbe und Hotellerie
- Kosmetische Institute und Fusspflege
- Fitnessinstitute, Schwimmbäder, Eisbahnen und andere Sportanlagen
- Taxigewerbe
- Unterhaltungsgewerbe (Theater, Konzerte, Kinos, Dancings und dergleichen), Museen, Ausstellungen, Messen sowie Sportveranstaltungen
- Vermietung von Fahrzeugen, Apparaten und Geräten
- Wäschereien und chemische Reinigungsbetriebe (Hauptverfahren und Standardartikel)
- Parkieren und Einstellen von Autos
- Fotobranche (standardisierte Leistungen in den Bereichen Entwickeln, Kopieren, Vergrössern)
- Kurswesen
- Pauschalreisen
- Die mit der Buchung einer Reise zusammenhängenden und gesondert in Rechnung gestellten Leistungen (Buchung, Reservation, Vermittlung)
- Fernmeldedienste (Fix- und Mobiltelefonie, Fax, Internet, E-Mail)

- Dienstleistungen wie Informations-, Beratungs-, Vermarktungs- und Gebührenteilungsdienste (z.B. 0901, 0906, 1802, 1811, 1818, 1899, 161, 164), die über Fernmeldedienste erbracht oder angeboten werden, unabhängig davon, ob sie von einer Fernmeldedienst-Anbieterin verrechnet werden.
- Die Kontoeröffnung, -führung und -schliessung, der Zahlungsverkehr im Inland und grenzüberschreitend, die Zahlungsmittel wie Kredit- und Debitkarten sowie der Geldwechsel
- Teilzeitnutzungsrechte an Immobilien
- Zahnärztliche Dienstleistungen

Welcher Preis ist anzugeben?

- Der tatsächlich zu bezahlende Preis in Schweizerfranken inkl. MWST und sonstige Abgaben

Auf welche Art muss der Preis angegeben werden?

- durch Preisanschlag
- Preisliste
- Preiskatalog

Die Preisanschläge, -listen und -kataloge müssen leicht zugänglich, gut lesbar sowie klar und unmissverständlich sein.

Beispiel einer korrekten Preisanschrift in einer chemischen Reinigung

Textilpflege

Preisliste

	Normal	Spezial
Hemd (am Bügel, excl. Seide, Spez. hemd)	3.90	7.00
Hemd gefaltet (excl. Seide, Spez. hemd)	5.90	8.00
Hose	11.50	14.50
Veston	14.50	17.50
Jupe (ohne Falten)	11.50	14.50
Pulli leicht	10.00	13.00
Bluse (Wolle, Baumwolle)	11.90	14.90
Regenmantel (ohne Imprägn.)	25.00	28.00
Wollmantel	23.50	26.50
Gilet	9.90	12.90
Damenkleid (Wolle, Baumwolle)	18.50	21.50
Jacke/Lumber (nicht wattiert)	16.50	19.50
Scotchgard Imprägnierung		5.00
Duvets (nordisch)		70.00

Lebenslust statt Bügelfrust

Was muss aus der Preisbekanntgabe hervorgehen?

- Die Art der Dienstleistung (umschreiben)
- Die Einheit (Anzahl Personen, Std., km, St. usw.) oder
- Verrechnungssätze (z. B. Stundenansatz, Kilometeransatz, Taxpunkt und -wert bei zahnärztlichen Dienstleistungen)

Trinkgeld

Wenn nicht im Preis inbegriffen, ist anzugeben, wie viel Trinkgeld erwartet wird (z. B. «15 % Trinkgeld nicht inbegriffen»). Der Hinweis «Trinkgeld inbegriffen» ist gestattet, nicht jedoch der Hinweis «Trinkgeld nicht inbegriffen», ohne die Höhe des Trinkgelds zu beziffern.

Dienstleistungen, die über Fernmeldedienste erbracht oder angeboten werden, sind:

- Informationsdienste (Auskunft wie 1801, 1802, 1811, 1818, 1819, 1822, 1850, 1899, 161,164, 0900 usw.)
- Beratungsdienste (Lebens-, Produkteberatung wie 0900, 0901 usw.)
- Unterhaltungs- und Vermarktungsdienste (0906, 031, 043 usw.)

Pflicht zur mündlichen Preisbekanntgabe:

Der Preis muss zumindest in der Sprache des Angebotes unmissverständlich und kostenlos angekündigt werden, wenn:

- die Grundgebühr oder
- der Preis pro Minute zwei Franken übersteigt.

Die Preisbekanntgabepflicht gilt für alle Dienstleistungen der genannten Art, unabhängig davon,

- ob sie von einer Fernmeldediensteanbieterin verrechnet werden;
- über welches technische Mittel (Festnetz- oder Mobiltelefonie, Fax, Internet usw.) oder
- über welchen Nummernbereich (090x-, Kurz-, SMS- oder normale Teilnehmernummern wie 031, 043) sie angeboten werden.

Beispiel einer korrekten Ansage


«Für die nachfolgende Dienstleistung wird eine Grundgebühr von 3 Franken sowie ein Preis von 4 Franken 23 Rappen pro Minute erhoben.»

Ausdrückliche Bestätigung des Angebots ist absolut erforderlich, wenn:

- die fixen Gebühren 10 Franken oder
- der Preis pro Minute 5 Franken übersteigt.

Preisbekanntgabe für einige ausgewählte Dienstleistungsbereiche

Beispiel für ein korrekt spezifiziertes Angebot für Pauschalreisen

Venedig		1.1.–15.3. / 16.11.–31.12.		
Hotel (Adresse/ Beschrieb auf Seite 12)	mit Bad oder Dusche, WC Frühstücksbuffet	2 Tage 1 Nacht	3 Tage 2 Nächte	Zusatz- nacht
 Macchiavelli Palace ***	Doppelzimmer	566.–	653.–	87.–
	Zuschlag Einzel	55.–	110.–	55.–
Corona d'Italia ***	Doppelzimmer	568.–	657.–	89.–
	Zuschlag Einzel	79.–	158.–	79.–
Brunelleschi ***	Doppelzimmer	608.–	734.–	126.–
	Zuschlag Einzel	32.–	64.–	32.–

Unsere Leistungen:

Direktflug ab Zürich mit «Come back Airline» • Verpflegung an Bord • Unterkunft entsprechend dem von Ihnen ausgewählten Arrangement • Alle Abgaben und Zuschläge im Preis inbegriffen – Reisedokumentation • Betreuung durch unseren Vertreter in Venedig

Optional:

Annullierungskosten- und Reisezwischenfallversicherung: **Fr. 20.–**

Buchungsgebühren:

Für Beratung und Verkauf kann von Ihrem Reisebüro (Buchungsstelle) eine Auftragspauschale pro Buchung erhoben werden

Pflicht zur schriftlichen Bekanntgabe:

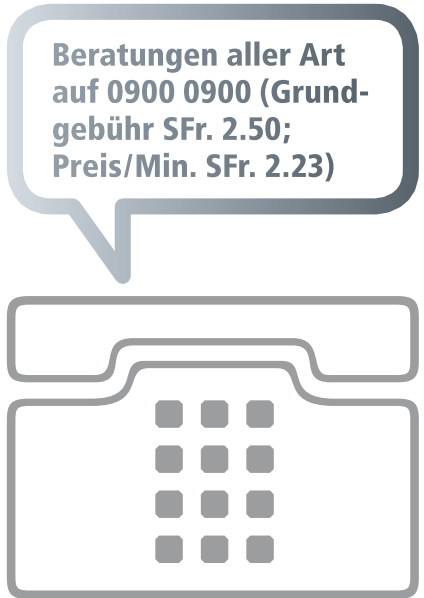
Wo mit einer Telefonnummer für entgeltliche Dienstleistungen geworben wird, muss stets auf – eine allfällig erhobene Grundgebühr und – den Preis pro Minute hingewiesen werden. Die Preisinformationen müssen in mindestens gleicher Schriftgrösse bekannt gegeben werden wie die beworbene Telefonnummer.

Preisbekanntgabe für sog. Push-Dienste (SMS, MMS, Audio- und Videosequenzen):

Vor der Aktivierung des Dienstes müssen dem Konsumenten kostenlos und unmissverständlich bekannt gegeben werden:

- eine allfällige Grundgebühr
- der Preis pro Einzelinformation
- das Vorgehen zur Deaktivierung des Dienstes
- die maximale Anzahl der Einzelinformationen pro Minute.

Ausdrückliche Bestätigung durch Konsumenten erforderlich.



Debit- und Kreditkarten

Angebote für Debit- und Kreditkarten müssen folgende Informationen enthalten:

- Jahres- und Erneuerungsgebühr
- Jahresgebühr in Folgejahren, wenn von Erstjahresgebühr abweichend
- Bearbeitungszuschläge bei Benützung der Kreditkarte im In- oder Ausland (prozentualer Zuschlag auf dem Transaktionsbetrag)
- Bearbeitungszuschläge bei Bargeldbezug
- Preis für Kartenersatz
- Kredit- und Verzugszins
- Spesen für Kartensperre
- Hauptleistungen, die mit dem Erwerb der Kreditkarte verbunden sind
- Mögliche Drittkosten.

Die Abrechnung hat auszuweisen:

- Bearbeitungszuschlag in Prozenten
- In CHF umgerechnete Belastung
- Wechselkurs
- Datum der Verrechnung

Beispiel einer korrekten Kreditkartenabrechnung

Datum	Bezeichnung	Belastungen CHF
24.10.06	Lada Hotel Recepcj, Warszawa, Polen 2.267,25 Polen Zloty Umrechnungsdatum: 25.10.06 zu 41,452700 + 1,5 % Fremdwährungs-Bearbeitungsspesen:	953.95



Werbung

Beispielsweise in Zeitungen, Prospekten, Werbe-Katalogen, im Radio, Fernsehen, Teletext, auf Plakaten, Werbebannern, Internetfrontseiten oder in E-Mails.

Werbung ohne Preisangaben fällt nicht unter die PBV.

Im Unterschied zum Ladengeschäft und zum Schaufenster, wo alle Waren mit dem Detailpreis anzuschreiben sind, müssen in der Werbung keine Preise angegeben werden.

Beispiel für Werbung ohne Preisangabe



die Krankenkasse für die ganze Familie. Interessante Produkte, welche vielseitige Leistungen sowie Vorteile für Kinder und Erwachsene bieten. Holen Sie eine unverbindliche Offerte ein!

Gesund – die Krankenkasse für die ganze Familie

14

Enthält die Werbung jedoch Preise oder bezifferte Angaben über den Preisrahmen oder die Preisgrenze, so gilt folgendes:

- Angabe des tatsächlich zu bezahlenden Preises inkl. MWST, sonstige Abgaben und Zuschläge (z. B. VEB, Flughafentaxen).
 - Die Pflicht zur Angabe des tatsächlich zu bezahlenden Preises gilt für sämtliche Waren und Dienstleistungen (z. B. auch für die Werbung mit Krankenkassen- oder Versicherungsprämien, mit Kredit- oder Leasingzinsen, für Transport- oder Speditionsdienstleistungen)
 - Genaue Umschreibung der Ware nach Marke, Typ, Sorte, Qualität und Eigenschaften oder der Art der Dienstleistung
 - Es muss klar sein, auf welche Ware oder Dienstleistung sich der Preis bezieht
 - Bei Waren muss deutlich sein, auf welche Verkaufseinheit (kg, l, m usw.) oder bei Dienstleistungen auf welche Einheit (Std., km, St.) und Verrechnungssätze (Std.-, km-Ansatz) sich der Preis bezieht
- Der aufgeführte Preis muss mit der allenfalls abgebildeten oder in Worten bezeichneten Ware übereinstimmen.
- Werbung mit einer Telefonnummer für entgeltliche Dienstleistungen muss stets die Grundgebühr und den Preis pro Minute angeben.

Beispiel für Werbung ohne Preisangabe

Dass man bei besonderen Augenblicken nie zu spät erscheint

Persönliche Beratung erhalten Sie bei Ihrem Uhrhändler

15

Beispiel für Werbung mit Preisangaben

Diese Werbung ist korrekt spezifiziert. Die Interessentin kann sich aufgrund dieser Angaben ein Bild über die angebotene Tasche und ihren Preis machen



F6 Damentasche und Tragriemen aus echtem Leder, doppelt genäht. Erhältlich in braun, grau und schwarz. **Fr. 139.–**

F6 schöne Taschen zu attraktiven Preisen

Beispiel einer korrekten Preiswerbung für eine Flugreise

Flughit

Täglich mit Come back Airline **von Genf nach Rom für CHF 99 inkl. sämtliche Zuschläge**. Das Angebot gilt bei Internetbuchung. Bei Buchung über unser Call-Center 0844 11 Rappen pro Minute, bei Buchung an unseren Schaltern zusätzlich 30 CHF. Abflüge ab Zürich, Basel oder Lugano zusätzlich 40 CHF.



Beispiel einer korrekten Werbung, die Waren- und Dienstleistungsangebot kombiniert



Fr. 299.–*
Mit Anbieter-Abo Ohne Abo Fr. 698.–

PRO T6794

- Navigations-Touchpad mit roter Beleuchtung
- 1.3 MP Digitale Kamera
- Gemeinsamer interner Speicher (128 MB)
- Media Player
- Hochauflösendes Display
- Stereo Headset
- MP3-Fernbedienung
- MMS
- E-Mail
- USB Port
- Triband

*nur für Neukunden

Dieses Pro-Mobil-Telefon erhalten Sie beim Abschluss eines Anbieter-Abonnements für mind. 24 Monate.
PlusSIM-Karte: Fr.40.–
Abo-Home: Fr. 20.–/Monat (SMS gratis)
Abo-Pro: Fr. 60.–/Monat (international 120 Gesprächsminuten Inbegriffen)

Was gilt bei Vergleichspreisen und Preisreduktionen?

Die nachstehenden Bestimmungen gelten sowohl für die Bekanntgabe der Preise für Waren und Dienstleistungen am Ort des Angebots als auch in der Werbung.

Es gibt drei Möglichkeiten für die Bekanntgabe von Vergleichspreisen:

Selbstvergleich

Vergleich des eigenen, aktuell gültigen Preises mit dem eigenen, vorher gültigen Preis

Einführungspreis

Vergleich des eigenen, aktuell gültigen Preises mit dem eigenen, später gültigen Preis

Konkurrenzvergleich

Vergleich des eigenen Preises mit demjenigen der Konkurrenz

Aus der Ankündigung muss die Art des Preisvergleichs (Selbstvergleich, Einführungspreis oder Konkurrenzvergleich) hervorgehen. Aus dem blossen Durchstreichen eines Preises wird nicht genügend klar, welche Preise verglichen werden. Es ist daher eine Ergänzung anzubringen, wie «vorher-aktuell», «neu-alt», «aktuell-später», «mein Preis-Konkurrenzpreis» oder «mein Preis-überwiegender Marktpreis» usw.

Bedingungen für einen Selbstvergleich

- Der Anbieter muss den Vergleichspreis unmittelbar vorher selber tatsächlich gehandelt haben, und zwar:
 - zweimal länger als der Preisvergleich dauert,
 - für die gleiche Ware/Dienstleistung,
 - wobei die maximale Dauer für einen Selbstvergleich 2 Monate beträgt.

Beispiel für einen Selbstvergleich

Das Geschäft Hell verkaufte die 75 cl Flasche des Walliser Rotweins Cornalin 2005 vom 8. Februar bis 3. April, d.h. während 8 Wochen, zum Preis von Fr. 15.95. Ab 4. April senkt die Firma den Preis für diesen Walliser-Wein auf Fr. 9.95. Die Preisanschrift im Geschäft lautet nun während vier Wochen, d.h. vom 4. April bis 1. Mai: «statt Fr. 15.95 nur 9.95». Gleichzeitig erscheint folgendes Inserat →



Preishit
Cornalin du Valais
AOC 2005

Statt vorher
15.95

jetzt nur
9.95

Darstellung dieses Beispiels für einen Selbstvergleich

Wochen

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Fr. 15.95 8.2. bis 3.4. (8 Wochen)											
								statt 15.95 nur Fr. 9.95			

Das Inserat und die Preisanschrift sind korrekt, wenn die Firma Hell nach Ablauf von vier Wochen den Cornalin du Valais AOC 2005 nur noch mit einem Preis (mit dem dann gültigen

Detailpreis) anschiebt und für dieses Produkt auch keine Werbung mehr mit doppelten Preisen macht.

Bedingungen für einen Einführungspreis

- Der Anbieter muss den Vergleichspreis unmittelbar danach selber tatsächlich handhaben, und zwar:
 - zweimal länger als der Preisvergleich gedauert hat,
 - für die gleiche Ware/Dienstleistung,
 - wobei die maximale Dauer für einen Einführungspreis 2 Monate beträgt.

Beispiel für einen Einführungspreis

Das Geschäft «HiFi» will der Kundschaft den neu ins Sortiment aufgenommenen TV-Apparat «Future LCD-TV 2007» bekannt machen. Zu diesem Zweck bietet es dieses Gerät während kurzer Zeit günstiger an. Ab 21. März sind die Preise im Geschäft während einer Woche wie folgt angeschrieben: «Einführungspreis Fr. 898.– statt Fr. 1248.–». Gleichzeitig erscheint das nebenstehende Inserat →

Future



LCD-TV 2007
 BxHxT: 924x507x119 mm
 Auflösung: 1366x768
 Helligkeit: 500 cd/qm
 Kontrastverhältnis: 1600:1
 Bildschirmdiagonale: 96 cm

Einführungspreis
 21.3. bis 27.3.

Fr. 898.–
 inkl. VEB CHF 20.–

statt Fr. 1248.–

Darstellung dieses Beispiels für einen Einführungspreis

Wochen

1	2	3
Fr. 898.– statt Fr. 1248.–	Fr. 1248.– vom 28.3. bis 10.4. (mind. 2 × 1 Woche)	

21.3. bis 27.3. (1 Woche)

Das Inserat ist korrekt, wenn die Firma «HiFi» den Preis des gleichen TV-Apparats nach Ablauf der einwöchigen Einführungszeit, also ab 28.3., tatsächlich auf Fr. 1248.– festsetzt und diesen Preis während mindestens 2 Wochen praktiziert (d.h. vom 28. März bis 10. April).

Bedingungen für einen Konkurrenzvergleich

Der vom Anbieter bekannt gegebene Vergleichspreis muss

- für die überwiegende Menge des gleichen Produkts/der gleichen Dienstleistung
- im zu berücksichtigenden Marktgebiet
- von andern Anbietern tatsächlich gehandelt werden.

Zu beachten: Für Konsumenten bestimmte Katalog-, Richtpreise und dergleichen, die von Produzenten, Importeuren und Grossisten bekannt gegeben werden, dürfen nicht ohne weiteres als Vergleichspreise dienen.

Sie sind nur dann zulässig, wenn diese Katalog-, Richtpreise usw. echte Marktpreise darstellen, also die Bedingungen für einen Konkurrenzvergleich erfüllen. Andernfalls handelt es sich um künstlich überhöhte und damit unzulässige Richtpreise (sog. Mondpreise).

Beispiel für einen Konkurrenzvergleich

Das Handelsunternehmen «Rigoros» stellt fest, dass seine Konkurrenz das Parfüm «Free», 100 ml, überwiegend zu Fr. 49.50 verkauft; der Detailpreis der Firma «Rigoros» beträgt jedoch nur Fr. 28.50.

Der Vergleichspreis von Fr. 49.50 muss

- im Marktgebiet des Anbieters
- für die überwiegende Menge
- des gleichen Produkts tatsächlich gehandelt werden.

Aufgrund dieser Marktlage lässt die Firma «Rigoros» folgendes Inserat erscheinen

PARFUM «FREE»
Spray, 100 ml

Preis der Konkurrenz
Fr. 49.50

Unser Preis
Fr. 28.50




RIGOROS

Bezifferte Hinweise auf Preisreduktionen

Beispielsweise «30% Rabatt», «½ Preis» oder «Halber Preis», «20 Fr. billiger», «Bon/Gutschein im Wert von Fr. 50.–», «Geschenk im Wert von Fr. 100.–».

■ Warum werden bezifferte Hinweise auf Preisreduktionen wie Vergleichspreise beurteilt?

Bezifferte Hinweise auf Preisreduktionen sind eine andere Art, Vergleichspreise bekannt zu geben. So hat die Angabe «10% Rabatt» die gleiche Bedeutung wie «Fr. 90.– statt 100.–».

■ Grundsatz:

Für bezifferte Hinweise auf Preisreduktionen gilt die Pflicht zur Preisbekanntgabe sowie zur Spezifizierung im Sinne der PBV.

Beispiel für eine korrekt bezifferte Preisreduktion

20% Rabatt

auf all unseren Tischen und Stühlen



SITZ AG
Willkommen in
unserem Stuhl-
paradies.

Beispiele für zulässige Hinweise auf Preisreduktionen

- * «20% Rabatt auf allen Damen-, Herren- und Kinderschuhen»
- * «30% Ermässigung auf allen Polstergarnituren»
- * «Mindestens 15% auf sämtlichen Alpin-Skis»
- ** «20% Rabatt für Damenkleid, Modell X, hellrot, 100% Baumwolle, Grösse 38–44; bisher Fr. 200.– Jetzt nur noch Fr. 160.–»
- *** «Günstiger als die Konkurrenz; bei uns Vollrahm UHT ½ Liter 1 Franken billiger; statt Fr. 4.75 bei uns nur Fr. 3.75»
- *** «100 Franken Preisnachlass auf Ihrer nächsten Reise! Billigstes Angebot: Car-Reise Costa Brava, 6 Nächte im ***-Hotel Brava, Basis Drei-Bett-Zimmer, HP, CHF 299/Person. Teuerstes Angebot: 7 Tage Bali im *****-Luxusresort Sleepy, Flug mit Come back Airline, Basis Einzelzimmer, HP, CHF 2999.–. Dutzende weiterer Angebote auf www.reisemitmir.ch»
- * Nur die Angabe einer genauen Prozentzahl (= Reduktionssatz) auf mehreren Produkten, Produktgruppen usw. ist ohne Spezifikation und Preisbekanntgabe gestattet.
- ** Bei Angabe eines Reduktionssatzes für einen einzigen Artikel ist dieser zu spezifizieren und sein Preis aufzuführen.
- *** Bei Angabe eines Reduktionsbetrags ist/sind der/die Artikel zu spezifizieren und sein/ihre Preis/e sind aufzuführen.

Beispiele für unkorrekte prozentuale Preisreduktionen

«bis 92% Rabatt»
«ab 20% Ermässigung»
«von 20 bis 50% Rabatt»

Warum Sind die Beispiele nicht korrekt?

- die Preisermässigungen sind ungenau;
- bei ungenauen Preisreduktionen sind die Detailpreise aufzuführen; zudem sind die Angebote zu spezifizieren.
- bei Ab-Preis-Reduktionen (ab 20%) ist zumindest ein Beispiel für die unterste Preisgrenze anzugeben.

Beispiele für unkorrekte betragsmässige Preisreduktionen

«Für Ihren alten Rasenmäher erhalten Sie Fr. 50.– bei Kauf eines neuen»
«20 Franken billiger»
«Wir haben die Preise unserer Milchprodukte um 1 Franken ermässigt»
«Gutschein/Bon im Wert von Fr. 50.–»
«Bis 10 Franken billiger»
«Zwischen 50 und 100 Franken billiger»

Warum sind die Beispiele nicht korrekt?

- Für Preisreduktionen, die in einem Betrag ausgedrückt werden, sind die Detailpreise aufzuführen; zudem sind die Angebote zu spezifizieren. Diese Angaben fehlen.

Verantwortlichkeit, Sanktionen und Überwachung

Strafrechtliche Verantwortlichkeit

Die Leiter von Geschäften aller Art sind verpflichtet, dafür zu sorgen, dass die Preisbekanntgabe am Ort des Angebots und in der Werbung vorschriftsgemäss erfolgt.

Sanktionen

Als Strafe für Verstösse gegen die PBV drohen Haft oder Busse bis zu Fr. 20 000.–.

Überwachung

- Die Kantone sind zuständig, die Preisanschrift zu kontrollieren, die Werbung zu überwachen und Verstösse zu verzeigen.
- Das SECO übt die Oberaufsicht aus und berät die Kantone. Es kann Verstösse bei den zuständigen kantonalen Instanzen verzeigen. Das SECO ist zudem Ansprechpartner für die betroffenen Branchen und interessierten Organisationen.

Auskünfte zu Fragen der PBV geben:

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Ressort Recht
Effingerstrasse 1, 3003 Bern
Tel. 031 322 77 70 (Sekretariat)
Fax 031 324 09 56 (Sekretariat)
E-Mail: pbv-oip@seco.admin.ch

Die zuständigen kantonalen Stellen

(Adressliste siehe www.seco.admin.ch).

Informationsblätter des SECO

Das SECO erarbeitet in Zusammenarbeit mit Branchenverbänden und Konsumentenorganisationen Informationsblätter für die Umsetzung und den Vollzug der PBV.

Die Informationsblätter können bezogen werden bei:

- den kantonalen Vollzugsstellen
- dem SECO
- www.seco.admin.ch

- **Arzneimittel**
- **Autoleasingangebote, Werbung**
- **Bank- und bankähnliche Dienstleistungen**
- **Blumen und Pflanzen**
- **Chemische Reinigungsbetriebe**
- **Coiffeurgewerbe**
- **Entgeltliche Mehrwertdienste**
- **Fernmeldedienste**
- **Garagegewerbe**
- **Handgeknüpfte Orientteppiche, Werbung**
- **Heimelektronik**
- **Hotellerie und Gastgewerbe**
- **Personenwagenreifen, Werbung**
- **Preisreduktionen auf Mobiltelefonen**
- **Reiseangebote**
- **Taxigewerbe**
- **Vorgezogene Entsorgungsbeiträge**
- **Zahnärztliche Dienstleistungen**

Impressum:

Herausgeber:

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
Ressort Recht
Effingerstrasse 1
CH-3003 Bern
Tel. +41 31 322 77 70, Fax +41 31 324 09 56
www.seco.admin.ch, pbv-oip@seco.admin.ch

Auflage: 20 000 Ex.

Erscheinungsdatum: 4.2007

Diese Broschüre kann gratis beim Bundesamt für Bauten und Logistik (BBL), 3003 Bern, bezogen werden.
(Artikel-Nummer 704.200d)
www.bundespublikationen.admin.ch
verkauf.zivil@bbl.admin.ch